

УДК 321. 011

© **Виталий Выборный**

профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД (Беларусь), кандидат исторических наук, доцент

© **Vitaliy Vyborny**

Professor of the Social and humanitarian disciplines dept. of the Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs, PhD in history, Associate Professor e-mail: sgd@institutemvd.by

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ РАБОТЫ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассмотрены особенности проводимой идеологической работы в трудовых коллективах Могилевской области. Представлены данные социологического опроса. Проанализирована практика организации и проведения идеологической работы: степень насыщенности идеологических мероприятий, доступность и понятность информации, уровень компетентности докладчиков. Особое внимание уделено анализу определенных трудностей и недостатков при организации и проведении идеологической работы. Кратко даются рекомендации по повышению эффективности идеологической работы.

На современном этапе развития белорусского общества все большую актуальность приобретают вопросы совершенствования идеологической работы в трудовых коллективах предприятий. Это и понятно, поскольку трудовой коллектив является объектом и одновременно субъектом социально-экономической политики государства. Именно от его творческого потенциала в значительной степени зависит эффективность решения не только задач предприятия. Правильное формирование внутриколлективных отношений, создание благоприятного микроклимата в трудовом коллективе, идейное воспитание, формирование чувства ответственности и дисциплины работников крайне важны. Во многом это зависит от правильной и продуманной организации идеологической работы на предприятии.

Идеологическая работа осуществляется преимущественно идеологической вертикалью, первичным звеном которой являются ее организаторы

на каждом предприятии, занимающие должности заместителя директора, специалиста и т. д. Также ответственность за нее возлагается на руководителя, работников отдела кадров, среднее и низшее управленческое звено, которое находится в постоянном контакте с рядовыми работниками предприятия [1].

В этом отношении знание различными категориями работников предприятия лица, ответственного за идеологическую работу, — один из показателей ее наличия и эффективности. Но всегда ли доходит эта информация до каждого работника предприятия?

Результаты опроса, проведенного отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство “Могилевские ведомости”» в 2017 году в трудовых коллективах Могилевской области на тему «Организация идеологической работы в трудовых коллективах Могилевской области: состояние, особенности проведения в регионах, пути повышения эффективности», позволяют утверждать, что работники предприятий в целом знают о том, что есть ответственные лица, которые занимаются планированием и организацией идеологических мероприятий. Основная масса работников предприятий знает и свой идеологический актив. Но среди рабочих этот показатель немного ниже (76,0 %), чем в общем распределении респондентов (83,5 %) и в группах управленцев (94,8 %) и специалистов (90,3 %). В то же время примерно четвертая часть рабочих (23,0 %) не знает ответственного за идеологическую работу [2]. Это, конечно, допустимо на крупных предприятиях со сложной организационной структурой. Но, тем не менее, желательны более интенсивные контакты по идеологическим и информационным вопросам именно в рабочей среде, где не всегда уровень имеющегося образования позволяет разобраться в сложившейся политической и экономической ситуации.

Какова же насыщенность жизни трудовых коллективов идеологическими мероприятиями? Главное управление идеологической работы, культуры и по делам молодежи Могилевского облисполкома разработало достаточно эффективную систему проведения идеологических мероприятий в регионе. Сложилась практика, в соответствии с которой один день в месяц назначается единым днем информирования по всей области. Существуют разнообразные варианты и способы проведения идеологических мероприятий. Получили широкое распространение тематические вечера и круглые столы, встречи с интересными или знаменитыми людьми, культурные и спортивные праздники, конкурсы, соревнования,

выступления и статьи в СМИ, использование интернет-ресурсов, работа с обращениями и многие другие формы работы [3, с. 9].

Данные социологического опроса подтверждают, что успешность проводимой идеологической работы на предприятиях в значительной степени зависит от количества проведенных идеологических мероприятий. По мнению респондентов, количество их должно быть достаточным, но не чрезмерным, т. к. человек приходит на предприятие прежде всего трудиться. Так, большинство респондентов в опрошенных коллективах (76,6 %) считают, что идеологических мероприятий вполне хватает. В то же время 13,5 % указывают на их недостаточность. Одновременно 6,0 % отмечают переизбыток этих мероприятий. Среди разных категорий работников существенных различий в ответах не наблюдается. Однако необходимо обратить внимание на некоторую разницу в высказываниях в зависимости от возраста. Молодежь в возрасте до 31 года в меньшей степени, чем другие, отмечает избыток идеологической работы. Поэтому можно говорить о наличии у нее потребности в идеологических и других общественных мероприятиях, не связанных только с производственной деятельностью. В то же время в старших возрастных группах значительно выше процент тех, кто считает, что идеологической работы слишком много [2, с. 17].

Идеологическая работа предусматривает умственную, творческую, руководящую и исполнительскую и одновременно рутинную деятельность людей. Ее содержанием является производство идей, учений, теорий, концепций и доктрин, их нормативно-правовое закрепление, систематизация и доведение до сознания различных категорий граждан с помощью разнообразных средств, форм и методов [1].

Какие преимущества видят респонденты в проводимой идеологической работе на предприятиях, где они трудятся? Рейтинг ответов выглядит следующим образом (сумма процентов превышает 100 %, т. к. респонденты могли отметить несколько вариантов ответов):

- дает новые знания, расширяет кругозор — 39,4 %;
- заставляет задуматься о происходящих событиях в стране, мире — 33,1 %;
- дает возможность обсудить волнующие вопросы — 33,0 %;
- сплачивает коллектив — 17,6 %;
- помогает сориентироваться, принять правильное решение — 16,1 %;
- нет преимуществ — 12,7 %;
- дает возможность на время отвлечься от работы — 12,4 %;
- затруднились ответить — 5,3 % [2, с. 18].

Данные опроса показывают, что реализация проводимых идеологических мероприятий в области сопровождается определенными трудностями и недостатками. Зачастую руководители их видят и преподносят как работу культурно-массового, развлекательного, спортивного сектора, что смещает приоритеты. Но следует помнить, что идеологические мероприятия выполняют достаточно четкие задачи и функции. Прежде всего, это формирование в трудовых коллективах позитивной оценки деятельности государственных органов в осуществлении экономических и общественно-политических процессов, обеспечение социальной стабильности и нормального морально-психологического климата в организациях, на предприятиях и др.

Респонденты обращают внимание на имеющиеся, по их мнению, недостатки при реализации идеологических мероприятий, проводимых в трудовых коллективах предприятий. Только около половины участников опроса (46,7 %) высказали мнение о том, что отсутствуют, на их взгляд, какие-либо недостатки. Остальные респонденты в качестве основных недостатков отмечают наличие формализма (15,1 %), отвлечение от основной работы (11,5 %), непонимание цели, пользы от таких мероприятий (11,3 %). Указывают респонденты и на такие недостатки, как проведение идеологической работы в устаревших формах (9,1 %), однообразность и неинтересность проводимых мероприятий (6,4 %). Затруднились ответить в общем распределении 6,7 % респондентов [2, с. 19].

Формализм при проведении идеологической работы, на наш взгляд, вызван, с одной стороны, ограниченностью проводимых мероприятий, «сухостью» или просто скудностью содержания этой работы при проведении информирования населения. С другой стороны, он обусловлен отсутствием должного количества кадров, обладающих соответствующими специальными социально-политическими, обществоведческими компетенциями, а также нехваткой кадров, имеющих гуманитарное, педагогическое образование и обладающих огромным жизненным опытом [4].

Кроме того, зачастую идеологические мероприятия переплетаются или просто заменяются воспитательной работой в трудовых коллективах. Такого рода обстоятельства негативно сказываются на качестве проводимых идеологических мероприятий [5].

Насколько же удовлетворены респонденты актуальностью тем, обсуждаемых в ходе единых дней информирования? Тематика ежемесячного информирования в Могилевской области, как правило, определяется как единая по всей идеологической вертикали и тесно связана с происходящими в стране и мире событиями, требующими обсуждения и разъяснения

в трудовых коллективах [3]. Рабочие (51,2 %) не уверены в актуальности и полезности получаемой информации в большей степени, нежели руководители (72,4 %) [2].

Высказали свое мнение респонденты относительно доступности и понятности информации, которую предлагают им в ходе единых дней информирования. 61,9 % респондентов удовлетворены качеством информации, получаемой в ходе проведения информационно-политических мероприятий. Можно отметить определенные расхождения в ответах респондентов по вопросу доступности и понятности информации, доводимой на информационно-политических мероприятиях. Только около половины рабочих (56,2 %) ответили, что информация им понятна, тогда как специалисты и особенно управленцы имеют здесь меньше сложностей (82,8 %) [2, с. 20].

Что касается оценки уровня компетентности докладчиков, проводящих информирования, здесь мнения респондентов значительно разнятся. Половина респондентов (50,5 %) удовлетворены уровнем компетентности. Более всего удовлетворены уровнем компетентности докладчиков, проводящих информирования руководители (69,0 %). Но, как и в предыдущих вопросах, сложности в понимании испытывают в большей степени рабочие [2].

Удовлетворяет ли респондентов качество информации, получаемой в ходе проведения информационно-политических мероприятий? Умеют ли докладчики заинтересовать слушателей?

При оценке умения заинтересовать слушателей на первый план выходят коммуникативные умения выступающих, то, как они ведут себя перед аудиторией, эмоциональность преподнесения информации и т. д. Несомненно, даже самая интересная тема не привлечет внимания, если это будет монотонно зачитанный текст, без актуальных примеров и расставленных акцентов. Анализ результатов опроса показывает, что эта проблема решена лишь наполовину. 50,5 % респондентов при общем распределении ответов отметили, что в целом их удовлетворяет качество информации. Среди руководителей — 62,1 %, специалистов — 49,6 %, рабочих — 49,8 %. Одновременно 40,5 % респондентов затруднились ответить. В то же время многие респонденты во всех сравниваемых категориях работников не удовлетворены качеством информации, получаемой в ходе проведения информационно-политических мероприятий, и умением докладчиков заинтересовать слушателей [2, с. 22].

Важным звеном в организации и реализации идеологических мероприятий в коллективах могут и должны стать общественные организации

трудовых коллективов. С их помощью работники трудовых коллективов могут совместно решать общие проблемы, удовлетворять и защищать свои потребности и интересы в сфере политики, экономики, культуры, во всех областях общественной жизни.

Респондентам был задан вопрос о том, какие общественные организации созданы на их предприятиях. Результаты ответов респондентов просто разочаровывают. К сожалению, 52,2 % респондентов затруднились ответить на поставленный вопрос, что говорит в первую очередь об их неучастии в такой общественной работе. Остальные назвали следующие организации: ОО «БРСМ» — 34 %, РОО «Белая Русь» — 24,3 %, профсоюз — 18,6 %, Совет ветеранов — 9,2 %, женсовет — 3,2 % [3]. Как видим, показатели не очень высокие.

Таким образом, результаты исследования свидетельствуют о наличии проявлений разного рода проблем при проведении идеологической работы в трудовых коллективах Могилевской области. Около половины респондентов отметили те или иные недостатки при ее организации и проведении. В частности, категория рабочих является менее осведомленной и чаще затрудняется в своих оценках по сравнению со специалистами и управленческим составом. В ряде трудовых коллективов имеет место неудовлетворенность проводимыми информационно-политическими мероприятиями [6].

Поэтому целесообразно предложить определенные рекомендации, которые, на наш взгляд, могут способствовать повышению эффективности идеологической работы проводимой в трудовых коллективах. Вот некоторые из них.

1. Оптимизировать кадровый состав идеологического актива предприятий за счет привлечения специалистов, обладающих соответствующими специальными социально-политическими, обществоведческими компетенциями и имеющих гуманитарное и педагогическое образование.

2. Предусмотреть проведение предварительного изучения мнения у представителей трудовых коллективов по предпочитаемым направлениям и формам идеологической работы.

3. На основании их предложений и с учетом половозрастных особенностей работников следует разрабатывать перспективные (годовые) планы идеологической работы в каждом трудовом коллективе и доводить их до всеобщего сведения.

4. Следует регулярно проводить тематические теоретические семинары для идеологического актива предприятий, посвященные актуальным проблемам политического и социально-экономического развития

белорусского общества, с целью дальнейшего использования полученных материалов в информационно-разъяснительной работе.

5. Назрела необходимость проведения научно-практических тематических конференций, посвященных вопросам методики организации и проведения идеологической работы в трудовых коллективах.

6. Следует разрабатывать подробные методические рекомендации-советы для начинающего идеологического актива предприятий по организации проведения информационно-разъяснительной работы в своих коллективах.

7. В целях мониторинга успешности идеологической работы в трудовых коллективах регулярно проводить социологические исследования. Это позволит корректировать старые и определять новые формы и методы работы в этом направлении.

8. В целях активизации и стимулирования идеологической работы широко использовать средства массовой информации для распространения опыта деятельности в этом направлении.

Список основных источников

1. Система идеологической работы в Республике Беларусь: современное состояние и перспективы развития : сб. материалов : в 2 ч. Ч. 2 / редкол.: Н. В. Петкевич [и др.]. — Минск : Белорусский Дом печати, 2010. — 283 с.

2. Организация идеологической работы в трудовых коллективах Могилевской области: состояние, особенности проведения в регионах, пути повышения эффективности : отчет о НИР (заключ.) / отдел социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство «Могилёвские ведомости» ; рук. Н. В. Новикова, КИУП «Информационное агентство «Могилёвские ведомости». — Могилев, 2017. — 41 с.

3. Итоги работы Главного Управления идеологической работы, культуры и по делам молодежи Могилевского областного комитета в 2017 году : материалы к коллегии / Могилевский областной исполнительный комитет ; испол. О. Коропов [и др.]. — Могилев, 2018. — 114 с.

4. О совершенствовании кадрового обеспечения идеологической работы в Республике Беларусь : Указ Президента Республики Беларусь, 20 февр. 2004 г., № 111 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. — 2004. — № 35. — 1/5358.

5. Информационно-разъяснительная работа как средство формирования гражданственности и социальной активности населения (по материалам Могилевской области) : отчет о НИР (заключ.) / Могилев. ин-т МВД Респ. Беларусь ; рук. В. Д. Выборный. — Могилев, 2019. — 107 с.

6. Положение о системе информирования населения Могилевской области / постановление коллегии Главного управления идеологической работы, культуры

и по делам молодежи облисполкома / Могилевский областной исполнительный комитет. — Могилев, 2018. — 30 с.

Ways to improve the efficiency of ideological work in the labour collectives of the Mogilev region

The article discusses the features of the ideological work carried out in the labour collectives of the Mogilev region. Data from a sociological survey is presented. The practice of organizing and conducting ideological work is analyzed: the degree of the intension of ideological events, the availability and clarity of information, the level of competence of the speakers. Special attention is paid to the analysis of certain difficulties and shortcomings in the organization and conduct of ideological work. Short recommendations are given on how to increase the effectiveness of ideological work.

УДК 811.161



© **Татьяна Голикова**

*профессор кафедры русского языка
и издательского дела Института
гуманитарных технологий Российского
нового университета (Москва),
доктор филологических наук, доцент*

© **Tatyana Golikova**

*Professor of the Russian language and publishing
dept. of the Institute of Humanitarian Technologies
of the Russian New University (Moscow),
Doctor of philology, Associate Professor
e-mail: tat-golikova@yandex.ru*

РУССКАЯ ЛЕКСИЧЕСКАЯ НЕОЛОГИЯ В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Статья посвящена рассмотрению основных вопросов современной лексической неологии в лингвокультурологическом аспекте: своевременность и необходимость фиксации, вариативность и вариантность форм произношения и написания, формулирование лексического значения, стилистическая маркированность, особенности речевого употребления, лингвокультурологические данные, т. е. те экстралингвистические знания, которые позволяют новой реалии или понятию войти в другую картину мира и адаптироваться, показателем чего становится развитое словообразовательное гнездо, точность и последовательность использования лексических единиц.